RECEIVED CENTRAL FAX CENTER

NOV 15 2005

PATENT

IN THE UNITED STATES PATENT AND TRADEMARK OFFICE

In re application of:

Hiroyuki KATAGIRI, ct al.

Serial No.:

10/021,904

Group No.:

3622

Filed:

December 13, 2001

Examiner:

D. Lastra

For:

METHOD AND SYSTEM FOR PROVIDING ADDITIONAL SERVICE TO

MERCHANDISE

Attorney Docket No.:

U 013774-2

Commissioner for Patents

P.O. Box 1450

Alexandria, VA 22313-1450

COMMUNICATION

The RESPONSE of November 5, 2005, supported patentability with objective evidence of commercial success. Such evidence should be considered to be in affidavit/declaration form, as at will be on request.

In present support thereof, translator attestation is provided for an English translation of a Nikkei News article of August 12, 2001, previously filed.

CERTIFICATE OF MAILING/TRANSMISSION (37 CFR 1.8a) I hereby certify that this correspondence is, on the date shown below, being: FACSIMILE MAILING \boxtimes transmitted by facsimile to the Patent and deposited with the United States Postal Service with sufficient postage as first class mail in an Trademark Office to (571) 273-8300 envelope addressed to the Commissioner for Patents, P.O. Box 1450, Alexandria, VA 22313-1450 Date: November 15, 2005 William R. Evans (type or print name of person certifying)

Additional information is:

- (1) There were no advertising expenses for this particular chocolate on both sales terms (the first term shown in the blue graph and the second term shown in the red graph of Document 8). That is there were no commercial messages provided for this particular chocolate shown in Document 2 on TV or magazines for these two terms.
- (2) The packages of this particular chocolate were displayed on the same counter of the same supermarket during both of the first and the second terms. There were no poster or leaflet explaining a campaign in the supermarket.
- (3) The package of the chocolate sold in the first term and that sold in the second term are identical with one exception that the former includes an ID code printed inside a package but the latter does not.

According to the above-described facts, the following results may be induced.

(a) Most of consumers did not know whether or not the campaign was carried out in both the terms until he/she purchased and opened the box of the chocolate for the first time in the respective terms.

でんなから ちゃく かんかん かんかん かんかん

In the first term, a consumer who bought the chocolate for the first time would (b) notice that the campaign was carried out because he/she found an ID code and its instruction inside a package. It might induce him/her to buy another chocolate or a toy. In the same way, a consumer who bought a toy might be induced to buy another toy or a chocolate. The campaign is considered to have an effect to induce consumers to purchase the chocolate or the toy repeatedly.

In the second term, a consumer who bought th chocolate would notice that the (c) campaign was finished because he/she did not find an ID code inside a package. therefore, there was no effect to induce consumers to purchase the chocolate or the toy repeatedly anymore.

As shown in the graphs of document 8, a decreasing speed of the blue graph is smaller than that of the red graph. This shows that the joint sales campaign according to the present invention has a remarkable effect to induce consumers to purchase the chocolate repeatedly.

Respectively submitted,

William R. Evans c/o Lados & Parry LLP 26 West 61st Street New York, New York 10023

Reg. No. 25858

Tel. No. (212) 708-1930

RECEIVED CENTRAL FAX CENTER

Practitioner's Docket No. <u>U 013774-2</u>

NOV 1 5 2005

PATENT

IN THE UNITED STATES PATENT AND TRADEMARK OFFICE

In re application of:

Hiroyuki KATAGIRI, et al.

Application No.:

10/021,904

Group No.:

3622

Filed: December 13, 2001

Examiner:

D. Lastra

(Statement of Accuracy of Translation--page 1 of 2) 5-3

METHOD AND SYSTEM FOR PROVIDING ADDITIONAL SERVICE TO MERCHANDISE

Commissioner for Patents P. O. Box 1450 Alexandria, VA 22313-1450

STATEMENT OF ACCURACY OF A TRANSLATION (37 C.F.R. SECTIONS 1.52(d), 1.55(a), 1.69)

I, the below named translator, hereby state that:

My name and post office address are as stated below;

That I am knowledgeable in the English language and in the language of the

- attached document
 attached docu
- below identified document

and I believe the attached English translation to be a true and complete translation of this document.

CERTIFICATE OF MAILING/TRANSMISSION (37 C.F.R. SECTION 1.8(a))			
Lharak	by certify that this correspondence is, on the date shown	below, being:	
MAILING		FACSIMILE	
٥	deposited with the United States Postal Service with sufficient postage as first class mail in un envelope addressed to the Commissioner for Patents, P. O. Box 1450, Alexandria, VA 22313-1450.	Ø	transmitted by facsimile to the Patent and Trademark Office to (571)-273-8300.
		Signa	ture
Date: November 15, 2005		William R. Evans (type or print name of person certifying)	

(identify attached or previously filed document)

The document for which the attached English translation is being submitted is

Document 1 -- Article of News Paper (Nikkel News Paper dated Aug. 12, 2001

(check and complete, if applicable)

This foreign language document was filed in the PTO on or about November 3, 2005

Date: (x) Novamber 9, 2005

Hiroshi SHIMURA Full name of the translator (x) Signature of the translator (x) 6-1, Minamikamata 2-chome Ohte-ku. Tokyo 144-0035 JAPAN Post Office Address (x)

(Statement of Accuracy of Translation-spage 2 of 2) 5-3

概をそれぞれ二倍以上に増や

韓国企業に供給

下電器歴業は十月までに生産規

上にする。別数格のメモリーカ

SDカード

24×32×2.1

8/16/32/

下質器産業、東 、米サンティス 、日本ピクター、 ヤーブ、米パーム

64/128

く、同社会なせて月度間が投い

ードを手掛けるソニーは質菌の

リーカード学科は多型と松

メモリースティック

21.5×50×2.8

能差化する。同一規格のメモ

高機大手がメモリーカード事

TOSHIBA

128 NB

P, NDP-1 増配すること 両社がそろって

おまけ」空英同研発した。明

3

注意れる

明治製菓、大日本印刷など開発

字明治が今月二十一日に **数**毎は同社のホームペーシの

モデル特許を出願した。 供システムについてビジネス した。三注は学名書けの提 を実会ない仕事を見る の保有者以外が不正におまけ 高で見する技術と、エロ なるがしなスッケージに

作とトミーの商品に印字して

多識別ーロを記述のホーム

刮

廯

F

規模を4万枚に増やした 東芝はSDメモリーカードの月度

ζ

れに対しソ

初めて。ネットなどのゲーム

定けの提供を始める。 二ケタの「りを印字、写字お ョコに、パッケージ内側に十

ている治型者はゲームにチャ きる。阿社の「Dを共に持っ

レンジで登る回数が増える。

శ్య

の金融的で表

リースティック るソニーのメモ は対抗商品であ

さら、ゲームを見しむと ペーシのグラオームに分

ィベアの人形付きマーブルチ 中部地域で発行を表するデデ

すると、スロットゲームで 売のコーナーに 口を入力

ができるという。ネットを使

ておまけを提供する試みは

年(平成19年)8月12日(日曜日) にこのほど移管。生歴規模 | 枚から十月までに七十万枚 確を、柳町工場 (川崎市) 発した「SDカード」の生 | 校に堪やした。 から子会社の東芝三沢メデー形市)のSDカードの生産

色いがさらに致しくなる。

配とは松下などと共同所 | を月十五万枚から回四十万

ニーは今年後半からサムス

「能力を、奥在の月屋三十万

に引き上げる。

配の三柱を置て、インタ ネットで学に入る T学

関心を構めることができるか、三型にも、九ケクの1りを印

刷したカードを内包する。消

に親しんでいる岩音や子供の 収納するトランクケースなど

明治竪楽、とミー、大学

松一路上出上路(山

の問題には、「他のでは、」」」

「他のでは、「他のでは、「他のでは、「他のでは、」」」
「他のでは、「他のでは、「他のでは、」」」
「他のでは、「他のでは、」」」
「他のでは、「他のでは、「他のでは、」」」
「他のでは、「他のでは、」」
「他のでは、「他のでは、」」」
「他のでは、「他のでは、」」」
「他のでは、「他のでは、」」
「他のでは、「他のでは、」」
「他のでは、「他のでは、」」
「他のでは、」」
「他のでは、」
「他のでは、」」
「他のでは、」
「他のでは、」
「他のでは、」
「他のでは、」
「他のでは、」
「他のでは、」」
「他のでは、」
「他のでは

た。路域域の壁を沿り、塵と サムスン電子への供給を決め

松下連合とソニーとのシェア

別規格の

大きさ (編×長さ× 京さ : ミリ)

名里

主な質問メーカー

ア環境配

製紙大手

古紙100%再生紙

拡販

CUMENT-0



関をを記録、こ

が表。SDカー ディアなどの規格 内部にフラッシュメモ

ラッシュや、スマートメ る。

現在

ランパクト

フ

ロム)などメモリーカード

カメラや挟帯情報始末(F

ー、パンフレットなど ユニパックはカレ

金様配した新製品が指次さ

メモリーカ

i .k

||100|||年には数十二| の担手方数の異なる。

や数を設置に加え、メデリ

ーカードを使ったデジタル

見なに生るとなられ

4/8/16/32/ 64/128 ソニー、女士強、 シャーブ、NEC、 パイオニア、サム スンロ子

カーを古らに増やしてい

スティックを採用するメー

クの供給を開始。メモリー

ソニーの生産牧教は弱一が、メモリースティックの 解を増強する予定はない

00一年の年比別場

月八十万枚。当回は改一採用メーカーが亡らに増え一祭を強化するのはパソコン一帯から出ている。 ながべちーカード

れば、増産も提野に入れる。 の理点との声が最近外 れていることが貧及の最大 使されるが、一規格が分か

れを使ってデンタ ーカードの世界市場は二 やりというできる。メモリ ル機器間で情報を 時で、次は大田とれる。 話機にも搭載で含る小さ 含る質作相景画機能が特 イックは、機器 ととくまりてる

なかで、メモリーカードは

哲子前品の結束が低迷する

情報報(十)関連の

敗かない放兵間品として別

|魔子にメモリースティッ||情報用紙で古紙配合率||〇||最大手の日本ユニパックホ||に前年比五割増の約三十||爆製品の販売に力を入れ 竪柄大手は主力の印刷・ │ ○%品の破布を拡大する。 │ ールディングが □ ○○ 「年 ┃ 軽が広がっており、 環境配 質の向上へ設備投資 も 「斉紙 | 00%」 紙の 谷に加える阿金楽などで 型子 海里市報 万いの販売を見込むほか、 イクル意識の高まりで、古

マークを検索し、「Dの保有者」で、一クを検索し、「Dの保有者」で、「クを検索し、「Dの保有者」で、「クを検索し、「Dの保有者」で、おまけの母供を計画している。

登場、研究が怠増するとみ | 用紙で二五%増を見込

化毎首朱りも印と

マイカルは四月の日間、カル北西道教の京和は河、一時心に比べ大語に何下かり、独ら母母様などを密報社とマイカルは四月の日間、カル北西道教の京和は河、一時心に比べ大語に何下かり、独ら母母様などを密報社と

: 志村特許事務所

EXPLANATION OF DOCUMENTS FOR 10/021904

Document 1

Article of News Paper (Nikkei News Paper dated Aug. 12, 2001)

English Translation of Article:

MEIJI SEIKA AND DAI NIPPON PRINTING DEVELOP "ELECTRIC FREEBIE"

GAME IS PROVIDED TO CONSUMERS THROUGH NETWORK

Meiji Seika, Tomy and Dai Nippon Printing have cooperated to develop "Electric Freebie" which can be obtained through Internst. consumer inputs ID codes, which are printed on packages of products of Meiji and Tomy, on a form sheet of a Web page, he/she can enjoy a game. This is the first business trial for providing Freebie through the net. This business trial attracts a great deal of attention whether young consumers, who usually enjoy TV games, are to be interested in or not. First, Meiji is going to sell a box of chocolates with a teddy bear doll inside it to provide "Electric Freebie" in Chubu area on August 21. Inside the package of the chocolate, a twelve-digit ID code is supposed to be printed. Tomy is going to sell three products such as a doll house in the shape of trunk to accommodate teddy bear dolls on the end of August. Inside the package of the products, a nine digit ID code is supposed to be enclosed. When a consumer inputs the printed ID code on a certain Web page, he/she can play a slot machine game. A consumer who has ID codes of both the companies can challenge the game more times. Dai Nippon Printing has developed a new printing technology in which a plurality of different ID codes can be printed on packages of respective products with high speed and developed a new system in which only a consumer who obtained an ID code can get "Electric Freebie". The three companies have filed a business method patent application for "Electric Freebie" providing system. In future, they are planning to build a virtual Theme Park on the net and provide "Electric Freebie" so that only a consumer having an ID code can enter the Theme Park.